

преподавателя, к «заигрыванию» со студентами, а в результате и к снижению качества образования в целом. Более того, считается, что результаты оценивания эффективности преподавания студентами «не оказывают ощутимого влияния на качество процесса обучения» [12], т.к. стандартизация образовательного процесса ограничивает «свободу обучения» студентов, поэтому оценивание педагога может носить формальный характер. В американских вузах, напротив, привлечение студентов к оценке преподавателей вполне оправдано, т.к. студент может самостоятельно выбирать траекторию своего обучения и выбирать или не выбирать тот или иной курс, поэтому в американской образовательной среде оценочные формы являются эффективным инструментом контроля деятельности преподавателя и «выполняют информационную, мотивационную и стимулирующую функции» [11].

Таким образом, процессы диверсификации и конкуренции в системе российского высшего образования ставят вузы перед необходимостью предъявлять жёсткие критерии эффективности труда ППС. В этих условиях руководству вузов необходимо решать две ключевые задачи. Во-первых, необходимо проводить последовательную политику по институциональному разделению преподавательской и научно-исследовательской деятельности, что положительно повлияет на эффективность каждого вида труда. Во-вторых, необходимо тщательно подходить к выбору критериев и субъектов оценки эффективности, что позволит не допустить социального напряжения в научно-педагогических коллективах.

### **Список литературы:**

1. Labaree, D. F. Understanding the rise of American higher education: how complexity breeds autonomy / D. F. Labaree. URL: [www.stanford.edu/~dlabaree/publications](http://www.stanford.edu/~dlabaree/publications)
2. Федеральный закон РФ "Об образовании в Российской Федерации" № 273-ФЗ. Режим доступа: [www.zakonrf.info/](http://www.zakonrf.info/)
3. The Carnegie Foundation for the Advancement of Teaching. URL: [www.carnegiefoundation.org/](http://www.carnegiefoundation.org/)
4. Allen I.E., & Seaman, J (2011) Going the distance, online education in the United States/ E.I. Allen & J.Seaman. URL: <http://sloanconsortium.org/publications/>
5. Абанкина, И.В., Абанкина, Т.В., Филатова, Л.М., Николаенко Е.А. Тенденции изменения общественного спроса на высшее образование в современной России. [Электронный ресурс] / И.В. Абанкина с соавт. Режим доступа: [http://ecsocman.hse.ru/data/2013/07/19/1251237407/VO3\\_12-5.pdf](http://ecsocman.hse.ru/data/2013/07/19/1251237407/VO3_12-5.pdf)
6. Lazear E. Firm-Specific Human Capital: A Skill-Weights Approach: IZA Discussion Paper №813, 2003.
7. Коваленко А. Мерить гарвардами /А. Коваленко// Эксперт-Урал. 2014. №51. С.11.
8. Clark, Burton R. 1998. Creating Entrepreneurial Universities: Organizational Pathways of Transformation. Oxford and New York: International Association of Universities and Pergamon.
9. Keogh K.M., Fox S. 2008. Opening Access to Higher Education to All? What motivates Staff in Traditional Universities to adopt Elearning? URL: <http://www.eden-online.org/publications/best-research-papers.html>
10. Морган, А. В. Глобальные тенденции диверсификации финансирования [Электронный ресурс] / А. В. Морган // Университетское управление. 2004. № 2(30). С. 84.
11. Андрущак, Г. Системы оценивания преподавателей студентами: управленческие инновации в российских вузах [Электронный ресурс] / Г. Андрущак. Режим доступа: [www.institutiones.com/general/](http://www.institutiones.com/general/)
12. Marsh, H. W. The use of students' evaluations and an individually structured intervention to enhance university teaching effectiveness / H. W. Marsh, L. Roche. URL: [www.aer.sagepub.com/](http://www.aer.sagepub.com/)

УДК 687.016:316.728

## **ПРОБЛЕМНОЕ ПОЛЕ СОЦИОЛОГИИ МОДЫ**

*Масленцева Наталья Юрьевна*

*кандидат социологических наук, доцент, зав. кафедрой  
Российский государственный профессионально-педагогический  
Университет, Екатеринбург*

## PROBLEM FIELD OF FASHION SOCIOLOGY

*Maslentseva Natalya Yurevna*

*PhD of Sociology, Associate professor Head of Department  
Russian State professional pedagogical University, Yekaterinburg*

**АННОТАЦИЯ** – Представлена точка зрения на основные «вехи» эволюции социологического анализа моды; рассмотрены исследовательские подходы в гуманитарных и общественных науках, направления и тенденции развития социологии моды.

**ABSTRACT** – The point of view about «milestones» of sociological analysis of fashion evolution is presented; research approaches in humanitarian and social sciences, the directions and tendencies of fashion sociology's development are considered.

**Ключевые слова:** Мода. Социология моды. Модное поведение. Тренд. Повседневность. Стиль жизни. Уличная мода.

**Keywords:** Fashion. Fashion sociology. Fashionable behavior. Trend. Everyday life. Lifestyle. Street fashion.

Неоднозначность интерпретаций моды в истории социологии обусловлена изменением ориентации общества, влияющих на уровень мотивации поведения, и на ценности культуры, доминанты социальных отношений и ориентиры поведения индивидов. Исследования моды в спектре социологической науки представляют собой мощный пласт теоретической и практической базы для широкомасштабной научной работы. Комплексный анализ процесса развития моды, ее функций, определение места моды в культуре и обществе, прогнозирование развития и влияния моды на поведенческие мотивации, современная градация потребителей в сфере моды, динамику совершенствования менеджмента моды, а самое главное, воздействие глобализации, постмодернизма на мировые культуры и моду, в частности, определило необходимость данного научного исследования.

Комплексное исследование эволюции социологического исследования моды, выделение доминирующих функций, изучение места моды в культуре, прогнозирование развития и влияния моды на поведенческие мотивации, типологию потребителей, участников в сфере моды, динамика совершенствования менеджмента индустрии моды – возможные перспективы, которые вызывают необходимость проведения данного историко-социологического исследования. С момента своего появления социология как интегративная наука об обществе не могла не обратить внимание на значение феномена моды в обществе. Охватывая столь широкий круг явлений общественной жизни. Мода в работах представителя психологической школы Г. Тарда – явление иррациональное. Однако именно исследование ее «приливов» и «отливов» представляет особый научный интерес, поскольку потоки новизны являются отражением серьезных общественных перемен, которые моды по-своему выражает и фиксирует в виде тех или иных модных течений. В методологическом плане психологическая трактовка моды продолжает оставаться одним из наиболее популярных и разработанных направлений [4].

Критика моды, имевшая место в трудах Г. Спенсера, воспринимающего моду и описывающего «безумства» моды, с неодобрением следования людей внешней стороне жизни. Спенсер заявляет о праве личности на «разумное несоблюдение» предписаний моды [5]. Начало XX в., ознаменовавшееся важными историческими событиями и переменами, изменениями нормативно-ценностных ориентиров в большинстве стран не могло не отразиться на появлении различных теорий моды. В первую очередь стоит отметить исследования Т. Веблена, Г. Зиммеля, А. Крёбера и Д. Ричардсон [6]. Если у Т. Веблена обозначена связь моды и престижного потребления, то Зиммель предложил классовую теорию распространения моды, более известную как «теория просачивания». Описание моды как непрерывно циклически сменяющегося процесса одежды, манер, идей – одна из основных идей Г. Зиммеля.

Это привело к акцентированию внимания на роли элиты в распространении моды и пассивной (лишь подражательной) роли рядовых граждан, копирующих стиль власть предержащих.

Современная мода отражает все новые и новые формы социального неравенства. Она предстает не только как социальный индикатор социального статуса, но и как средство достижения желаемого статуса. В начале XX в. появилась идея о том, что мода является одним из эффективных средств в социальной и сексуальной конкуренции [7]. Тезис о движущей силе моды как средстве достижения более высокого статуса связан с идеей активной роли личности в формировании идентичности. Теория циклов моды А. Кребер [8] позволила поставить под сомнение популярную (благодаря «модному» тогда учению З. Фрейда) в начале века идею о бессознательных механизмах формирования моды, невозможности прогнозирования ее тенденций. Мода (в частности костюм) есть отражение постоянно изменяющегося общественного, культурного содержания. Соответственно, без изучения социокультурного контекста сущность моды, ее роль так и останется на уровне формального подхода.

Концептуальные основания социологического подхода к моде во второй половине XX в. заложили работы Г. Блумера. В своей знаменитой статье «Мода: от классовой дифференциации к коллективной селекции» Г. Блумер [9]. Опираясь на эмпирические факты, Г. Блумер считает определяющей в развитии и движении моды роль рядовой публики. Опираясь на данные экспериментов, проведенных с аудиторией модных показов, он сделал вывод, что модельеры не могут окончательно и точно предугадать выбор публики, что и определяет ведущую роль публики в формировании тенденций. Идея преобразующей деятельности субъекта в формировании повседневных практик – тезис ключевой. Но выбор той или иной моды представляют собой активное проявление индивидуальности и социального статуса. Мода тесно связана с социальным капиталом, что свидетельствует о безусловной социальной обусловленности моды. П. Бурдьё отмечает, что изменения структуры в области моды – эффект изменения структуры в области власти (области объективных структур между группами доминирующего класса) [10].

Трактовка моды как совокупности знаков социальной дифференциации является ключевой в концепции моды Р. Барта [11]. В основе его подхода лежит семиотический анализ моды. Мода становится источником формирования новых идентичностей и в ее власти находится не только само тело (его тип), но и его преобразование (одежда становится средством трансформации реального тела в идеальное «модное» тело). Телесность все чаще становится предметом научного интереса в гуманитарных и социальных науках, в том числе и благодаря социологии моды. Исследование различных «технологий красоты» (бодибилдинг, диеты и проч.), индустрии красоты, привлекает внимание к сущности модного тела как идеологии современной моды.

Тема особых знаков и символов, создаваемых модой, находит отражение в концепции Ж. Бодрийяра. Поскольку в таком толковании функционирование моды в современном обществе как оценивается как продукт медиа-культуры [12]. Мода включена в знаковый обмен и трансформирует труд и досуг в обмен знаками и символами.

Социологический подход к моде ориентирован на выявление социального смысла, социального контекста модных тенденций. Каждый появившийся модный стиль является выражением «социального заказа» на определенный образ и стиль жизни. Тема беспорядка, неопределенности в первую очередь находила выражение в «уличных» стилях: «хиппи», «панк», «грандж», «кэжуал». Уличная мода диктует другие типы телесного поведения, поскольку она демонстрируется на ходу, в движении. Это мода людей, которые не ездят в автомобилях – из этого следует, что она, как правило, относится к категории «бюджетной моды».

Важно, что уличная мода требует быстрого «прочтения» текста одежды и всего внешнего облика обладателя, т.к. происходит также в движении. Этот взгляд совершенно противоположен тому, который господствовал ранее: рассматривающий, отмечающий детали, цепляющийся за мелочи, допускающий возможности вторичного оглядывания, респектабельности. В обществе постмодерна доминирует быстрый, динамичный «взгляд мимохо-

дом». Уличная парадигма моды, безусловно, привносит демократизм, молодежность, свободу и раскованность, позволяющую смешивать и фантазировать с собственной внешностью, стилем жизни. Власть моды сегодня заключается в ее кажущейся свободе и безграничных возможностях, идеологии простоты, комфорта и универсальности. И хотя существование стилей «гламур», «шик» казалось не укладывается в подобный социальный контекст, тем не менее их наличие лишней раз демонстрирует полистилизм современной моды и ее неопределенность в обществе с аналогичным названием.

В поисках стабильности общество, не зная, что ожидать от будущего, все чаще заглядывает, а иногда оглядывается в прошлое. Подобные тенденции характерны и для моды – двигателя изменений, однако важнее оказываются не столько революция, смена новаторских решений, сколько эволюция уже найденных направлений, характеризующих ту или иную марку, постоянные возвращения к стилям прошлых десятилетий, цитирование прошлых мод. Резких поворотов от сезона к сезону дизайнеры избегают, предпочитая варьировать характерные и востребованные у потребителя темы.

Еще одним трендом современной моды является ее стремление к функциональности, которая по-разному обыгрывается и технологически разрешает отношения между одеждой и телом. Дизайнеры моды ощутили богатый потенциал, осмысляя и интерпретируя потребность потребителей в функциональности, и предлагают вполне «функциональные» вещи для использования.

Тенденция функциональности, комфорта, повседневности современной моды, долгое время игнорировавшаяся создателями мод и ставшая ведущей в развитии моды XXI в. – важная черта моды. Для ее объяснения стоит обратиться к работам А. Гофмана, чья социологическая теория моды и модного поведения по сей день остается фундаментальной российской концепцией моды на рубеже XX-XXI вв. Маргинальность является мощнейшим двигателем моды. Массовая мода появилась тогда, когда маргиналы научились присваивать себе знаки, ранее доступные и понятные только людям определенного сословия и достатка. Тогда это была мода на индивидуальность, элитарность. Один из трендов современной моды – стиль жизни окраины. Выглядеть и вести себя маргинально стало модно настолько, что в образе жизни наших современников сочетается то, что традиционное противопоставлялось друг другу: элитарность и дешевизна, массовость и арт-хаус, шик и простота, граничащая с бедностью. Появление понятий «уличная мода» (*англ. street*) и «повседневная мода» (*англ. casual*) суть одного и того же явления – новой идеологии моды, ориентированной на поиск новых источников вдохновения и прибыли.

Отражение в моде ценностей современности – еще один социологический ракурс, обнаруженный польским исследователем Ж. Липовецки. Эпоха нарциссизма и гедонизма, острая потребность заполнить духовный вакуум, найти ориентиры и ощутить потерянное чувство стабильности. Липовецки уподобляет моду средству релаксации, где чувство юмора позволит раскрепоститься и освободиться от социального контроля.

«Все больше оригинальности влюбленных в себя людей – для одних, все больше непринужденного и раскованного единообразия – для большинства, – так выглядит общество нарциссов, которое воплощает тенденцию к разнообразию в мире моды, к ликвидации ее критериев и императивов, к мирному сосуществованию стилей» [13]. Главная тенденция моды начала XXI в. – можно позволить себе все, всему радоваться. В этом смысле мода приспособлена к персонализированному обществу, в своем стремлении освободиться от ограничений и ориентированному на свободу выбора с учетом собственного вкуса. Поспешное движение вперед подменяется вторичным открытием основ, внутренним развитием. Сегодняшний слоган моды – «Нет ничего более модного, чем делать вид, что не интересуешься модой». Поскольку мода утрачивает свой характер изысканности, ее стиль становится забавным, опираясь на лишенный внутреннего содержания нейтрализованный плагиат, обыгрывающий стили и тенденции прошлых лет. Попав в категорию «модного», новое и старое оказываются наделенными «юмористическими» чертами в результате постоянного и циклического процесса обновления. Как и реклама, мода скорее ничего не сообщает, представляя

собой «полую структуру», но главный смысл моды в том, чтобы вносить перемены, перемены ради перемен; так что мода существует лишь благодаря этому непрерывному процессу смены форм. При этом она выражает сущность наших культурных форм, основанных на ускоренном темпе экспериментаторской работы, демонстрации их функционирования в условиях всеобщей игры и беззаботности.

Социологию моды как отрасль научного знания интересует производство и распространение модой знаково-символических форм во всех видах и то, как эти формы участвуют в процессах социальной стратификации, социальных взаимодействий. Она изучает такие явления, моду и формируемые ею практики, стили жизни и субкультуры, общественные настроения и личностные ориентации и т.п. Одна из главных особенностей социологии моды, как и социологии культуры, заключается в том, что она ориентирована на междисциплинарное поле исследований, которое она разделяет с другими общественными и гуманитарными науками — историей, социальной психологией и антропологией, искусствоведением, теорией массовых коммуникаций и пр. Социологию моды интересуют не отдельные произведения или явления моды в их неповторимом смысловом контексте, а социальное значение этих явлений на уровне массовых, социально-типических проявлений.

Если в предшествующие стадии исторического развития общество дифференцировалось и организовывалось, в основном, «через экономику» или «через политику», то в настоящее время общество все более организуется «через культуру», которой мода играет важнейшую роль, задавая темп смены культурных форм и обнаруживая все новые ориентиры. Мода, престиж выступает определяющим, порождающим и структурообразующим фактором социальных связей. В любой области социологической науки знание социологии моды становится одним из условий компетентной, эффективной научной работы.

#### **Список литературы:**

1. Тард Г. Законы подражания. СПб., 1892. 800 с.
2. Спенсер Г. Социальная статика / Пер. с англ. К.: Гама-Принт, 2013. 496 с.
3. Веблен Т. Теория праздного класса / Пер. с англ. М.: Прогресс, 1984. Г. Избранное. Т 2: Созерцание жизни. М.: Юрист, 1996. 367 с.
4. Flugel J.K. The Psychology of Clothes. 1930. Fashion-history.lovetoknow.com/fashion-history-eras/j-c-fluegel
5. Kroeber A.L., Richardson J. Three centuries of women's dress fashion // Anthropological Records, 1940. vol. 5, no. 2, Pp. i-iv, 111-153.
6. Блумер Г. Коллективное поведение / Пер. Д. Водотынского // Американская социологическая мысль: Тексты / Сост. Е. И. Кравченко; под ред. В. И. Добренко. М.: Изд-во МГУ, 1994. 115 с.
7. Бурдье П. Рынок символической продукции // Вопросы социологии. 1993. № 1/2. С.45-52.
8. Барт Р. Система Моды. Статьи по семиотике культуры // Пер. с фр., М.: Издательство им. Сабашниковых, 2003. 512 с.
9. Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. М.: Добросвет, 2000. 387 с.
10. Бурдье П. Социальное пространство и символическая власть // Thesis. Весна 1993. Т. 1. Вып. 2.-М.: Начала Пресс, 1993. С. 137-150.
11. Тренд: предмет прогноза или стихийное явление? Круглый стол. //Теория моды. Одежда. Тело. Культура. 2007. Выпуск 4. С. 284-286, О. Вайнштейн Ноги графини: этюды по теории модного тела //Теория моды. Одежда. Тело. Культура. 2006-2007. Выпуск 2. с. 109.
12. Гофман А. Б. Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения. М.: Наука, 1994. 5-ое издание. М.: Книжный Дом «Университет», 2013. 161 с.
13. Липовецки Ж. Эра пустоты. Эссе о современном индивидуализме. М.: Изд-во «Владимир Даль», 2001. 336 с.